

# Cruisevaart: Wereldwijde trends en ontwikkelingen in kusthaven Zeebrugge

Theo Notteboom\* & Jean-Paul Rodrigue\*\*

\* Institute of Transport & Maritime Management Antwerp (ITMMA) - Universiteit Antwerpen en Hogere Zeevaartschool, Antwerpen (België): [theo.notteboom@uantwerpen.be](mailto:theo.notteboom@uantwerpen.be)

\*\* Dept. of Global Studies & Geography, Hofstra University, Hempstead, New York (United States): [jean-paul.rodrigue@hofstra.edu](mailto:jean-paul.rodrigue@hofstra.edu)

## Van oceaanstomers tot cruiseschepen

### *Snelheid als troef*

Vanaf het midden van de 19<sup>de</sup> eeuw voeren er tussen Europa en Noord-Amerika passagiersschepen om de grote golf van emigranten westwaarts te vervoeren, maar ook om de elite de kans te geven te reizen en te verblijden in stijl. Het was de tijd van de grote oceaanstomers. Die periode zal bij het brede publiek wellicht vooral geassocieerd blijven met de scheepsramp van de Titanic op 15 april 1912. Met een totale lengte van 269 meter waren de Titanic en haar twee zusterschepen oceaandreuzen. Oceaanstomers moesten pas plaats ruimen in de jaren zestig met de opkomst van snelle en comfortabele jets. De trans-Atlantische overtochten namen vanaf dan minder dan een dag in beslag in plaats van een week. Alhoewel de dagen van de oceaanstomers al lang geteld zijn, biedt de rederij Cunard nog steeds trans-Atlantische overtochten tussen Southampton en New York aan met de Queen Mary II. Dit schip van 345 meter lang dateert van 2004 en is één van de grootste en meest luxueuze passagiersschepen ter wereld. Nostalgie in een modern jasje en voor een stevige ticketprijs.

### *Luxe heeft zijn prijs*

De ondergang van de trans-Atlantische oceaandrommel in de jaren zestig viel samen met de opkomst van de cruise-industrie. De laatste oceaanstomers werden de eerste cruiseschepen. Echter, een modernisering van de vloot drong zich al snel op. Oceaanstomers waren immers niet uitgerust voor zonnige cruisebestemmingen. Zo ontbraken de belangrijke promenades, zonnedekken en (buiten)zwembaden. Ook werden oceaanstomers gebouwd voor snelheid (hun handelsmerk!) wat leidde tot een hoog brandstofverbruik. De eerste echte cruiseschepen verschenen in de jaren zeventig en konden ongeveer 1000 passagiers vervoeren. In die periode zagen ondermeer Norwegian Cruise Line (1966), Royal Caribbean International (1968) en Carnival Cruise Lines (1972) het levenslicht. In de jaren tachtig werden de schaalvoordelen van de schepen verder



De majestueuze Queen Mary II (TN).



De 'Allure of the Seas' van Royal Caribbean Cruises, operationeel sinds 2010, 225.282 BT, 360m lengte, 47m breedte, 2350 bemanning, 5400 passagiers (TN).



uitgebreid met cruiseschepen die meer dan 2000 passagiers konden vervoeren. De huidige grootste cruiseschepen hebben een capaciteit van ongeveer 5400 passagiers, maar de meeste werkpaarden in de industrie hebben een capaciteit van 2500 tot 4000 passagiers (zie tabel). Vaak worden meerdere eenheden van hetzelfde type schip gebouwd. Zo heeft de Allure of the Seas een zusterschip Oasis of the Seas en is de Quantum of the Seas een eerste exemplaar in een reeks van drie. De investeringskosten voor één schip kunnen oplopen tot meer dan 1 miljard dollar. Daarmee behoren cruiseschepen veruit tot de duurste schepen. Ter vergelijking, de nieuwbouwprijs van de allergrootste containerschepen (400m lang en een capaciteit van circa 18.000 twintig voet containers) bedraagt tussen de 180 en 230 miljoen dollar.

## Naar een massamarkt, maar met niches

### Een stabiele sector

De cruise-industrie is over de jaren heen een miljardenbusiness geworden. De wereldwijde cruise-industrie verwelkomde meer dan 20 miljoen passagiers in 2012, een stijging van 8 miljoen in vergelijking met 2000 (cijfers van CLIA - Cruise Lines International Association). Sinds 1990 hebben meer dan 154 miljoen passagiers een cruise van meer dan twee dagen genomen. Zo'n 68% deed dit de afgelopen 10 jaar en bijna 40% gedurende de voorbije 5 jaar. De wereldwijde groei van de cruise-industrie is duurzaam en stabiel, rond de 7% per jaar, ondanks de economische cycli van groei en recessie. De cruisevaart is daardoor één van de weinige segmenten in de scheepvaart die ook tijdens de recente crisis stevig bleef groeien.

De cruisemarkt is in handen van twee zeer grote spelers, met name Carnival Cruise Lines en Royal Caribbean Lines. Elk hebben ze een hele waaier aan andere maatschappijen onder hun vleugels. Daarnaast zijn er nog een aantal middelgrote en kleinere rederijen die inzetten op geografische nichemarkten of op een specifiek cliënteel (zie tabel). Zo biedt Silversea Cruises uiterst luxueuze cruises naar ongewone bestemmingen aan met schepen die veel kleiner zijn dan wat gangbaar is. De Silver Wind, met een lengte van 157 meter, biedt slechts capaciteit voor 296, maar dan wel uiterst verwende, gasten.

### Vakantie op drift

Silversea Cruises is echter een uitzondering. De cruise-industrie ontwikkelde zich tot een massamarkt met behulp van grote schepen die zwaar inzetten op zaken die bijkomende inkomsten kunnen genereren voor de rederijen. De diensten aan boord zijn doorgaans goed voor 20 à 30 % van de totale omzet van cruisemaatschappijen en er worden aanzienlijke inspanningen gedaan om dit

## Overzicht van enkele recent gebouwde grote cruiseschepen (eigen samenstelling op basis van data cruisemaatschappijen)

Scheepsnaam	Cruise-maatschappij	Bruto tonnenmaat (BT)	Capaciteit passagiers	Nieuwbouwprijs (milj. EUR)	In de vaart sinds
<b>Utopia</b>	Utopia Cruise Res.	105.000	(*)	1100	2013
<b>Royal Princess</b>	Princess Cruises	141.000	3600	735	juni 2013
<b>Norwegian Gateway</b>	NCL	146.600	4000	840	januari 2014
<b>MSC Divina</b>	MSC Cruises	140.000	3502	742	mei 2012
<b>Celebry Reflection</b>	Celebry Cruises	122.000	2850	768	oktober 2101
<b>Costa fascinosa</b>	Costa Crociere	114.500	3012	726	juli 2011
<b>Quantum of the Seas</b>	Royal Caribbean Cruises	167.800	4180	936	november 2014
<b>Allure of the Seas</b>	Royal Caribbean Cruises	225.282	5400	1430	2010

(\*) De Utopia biedt de mogelijkheid om een luxe 'kajuit' te kopen. Het schip verblijft 270 dagen per jaar in havens nabij prestigesteden of evenementen.

## Marktaandelen van de belangrijkste cruiserederijen (jaar 2011)(eigen samenstelling op basis van Cruise Market Watch)

Carnival Cruise Lines (49,2%)	Royal Caribbean Lines (23,8%)	Others (27,0%)
Carnival (21,1%)	Royal Caribbean (17,0%)	Norwegian (7,1%)
Costa Cruises (7,2%)	Celebry (4,7%)	MSC Cruises (5,8%)
Princess (6,4%)	Other (2,1%)	Disney (2,9%)
AIDA (4,4%)		Star Cruises (1,8%)
Holland America (3,7%)		Other (9,4%)
Other (6,4%)		

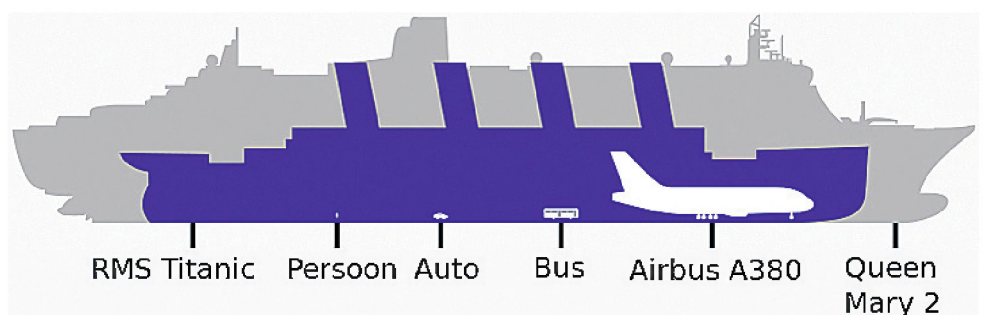
aandeel op te drijven. Men gaat steeds verder in het bedenken van nieuwe attracties aan boord: surf-zwembaden, planetaria, grote filmschermen op dek, golfsimulatoren, waterparken, demonstratiekeukens, villa's met privé zwembad en jacuzzi, ijsbanen, klimwanden, bungee, trampolines, enz... Door al deze extra's aan boord vertegenwoordigt het schip als drijvend resort op zich een bestemming en slaagden rederijen erin om een steeds jonger cliënteel aan te trekken. Het typische bejaarde Amerikaanse koppel is nog steeds alomtegenwoordig in het cruisegebeuren, maar meer en meer jonge gezinnen en jongeren vinden hun weg naar deze vorm van toerismebeleving.

### De massa en de luxeklant

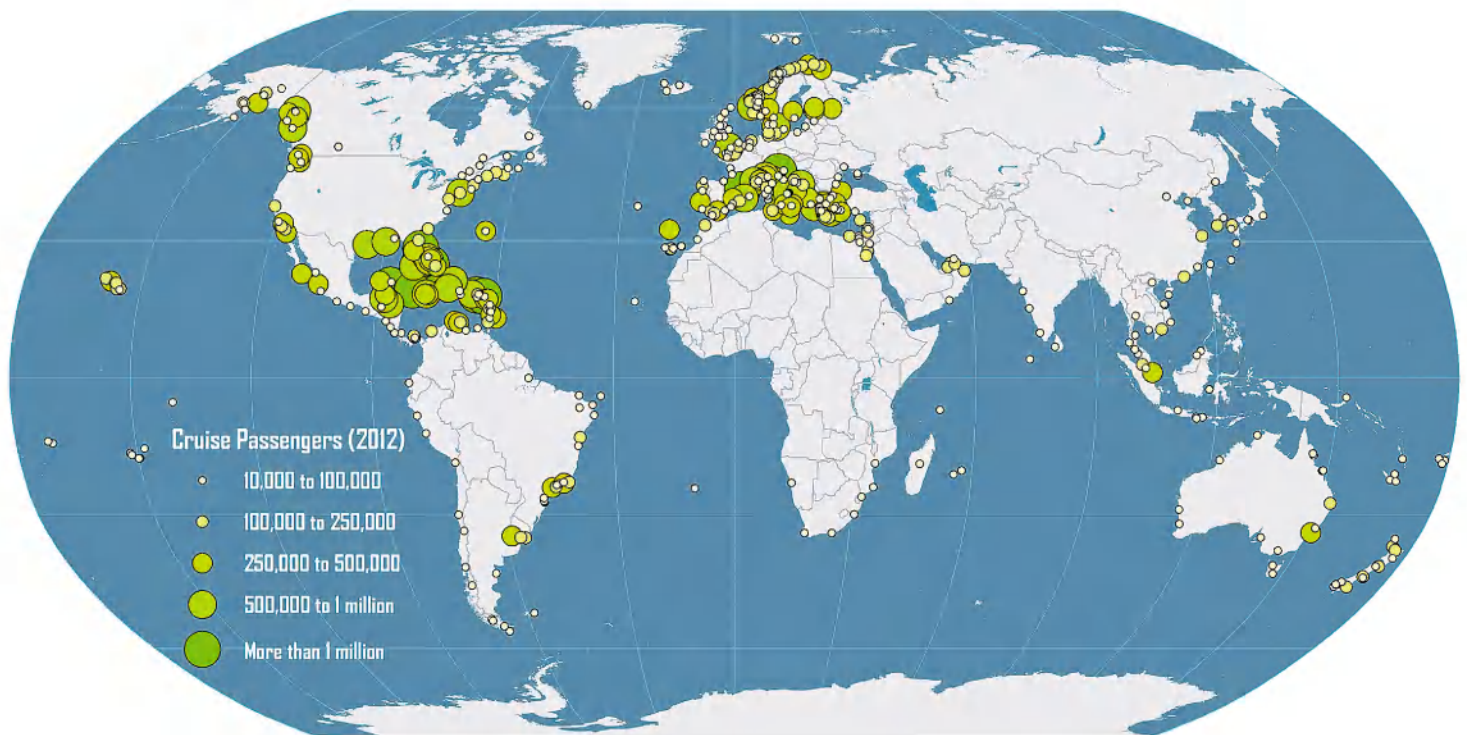
Cruiserederijen vullen het programma aan boord aan met excursies die vaak door dochterondernemingen worden georganiseerd. Uit studies blijkt dat de gemiddelde cruise klant ongeveer 1400 EUR aan een cruise besteedt, grotendeels aan

boord. Per aanloophaven wordt gemiddeld 85 EUR uitgegeven (voor een typische zevendaagse cruise zijn er 3 tot 5 aanlopen). Hoewel veel cruisemaatschappijen standaard lagekostpakketten aanbieden om grote stromen passagiers aan te trekken, zoeken ze ook naar manieren om klanten met een ruimer budget nog meer uit te laten geven. Dit kan door een meer exclusieve ervaring aan te bieden, bijvoorbeeld een eersteklas accommodatie met voorzieningen zoals luxe zwembad, butlerservice, luxe spa-behandelingen en een hogere kwaliteit van de maaltijden. Dergelijke strategieën hebben geleid tot de herinvoering van een klassensysteem of een 'schip in een schip' systeem, dat zo typerend was voor de trans-Atlantische oceaanstomers.

Aangezien de cruise-industrie nog steeds een relatief klein segment binnen de wereldwijde toeristische sector vertegenwoordigt, is de sector tot nu toe zeer succesvol geweest in het vinden van klanten om de steeds grotere schepen te vullen. Het cruise product is gediversifieerder



De Queen Mary II meet 345 m en is daarmee één van de grootste en meest luxueuze passagiersschepen ter wereld (Wikipedia).

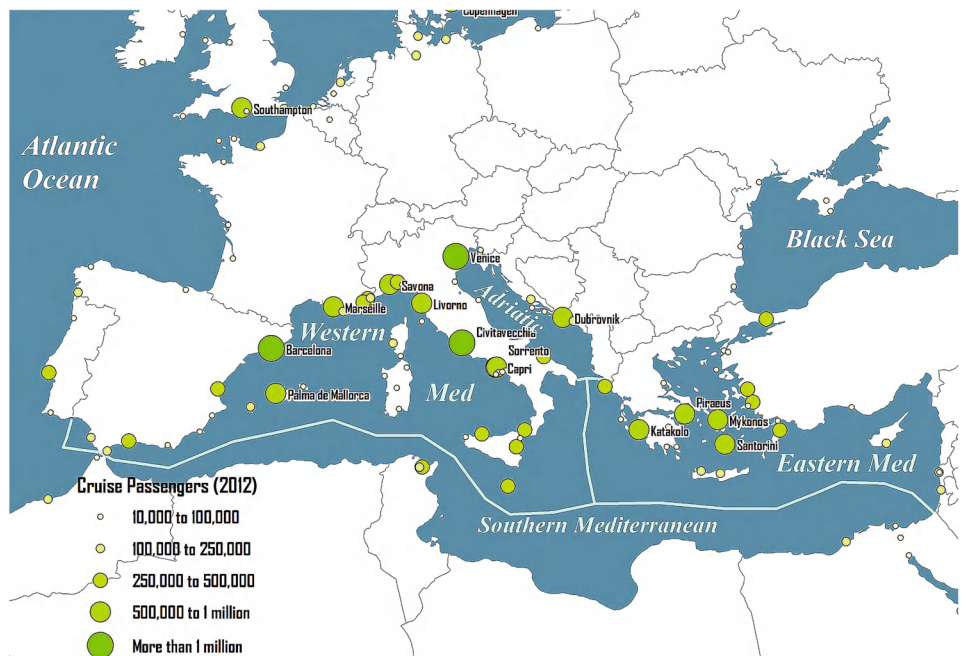


■ *Cruisehavens in de wereld op basis van passagiersaantallen, jaar 2012. De oppervlakte van de cirkels is in verhouding tot het aantal cruise-passagiers die gebruik maken van de havens. Het gaat hierbij om aantal passagiers, niet het aantal passagiersbewegingen. Met andere woorden, een cruisetoerist die in de ochtend van boord gaat voor een excursie en in de avond terug aan boord gaat wordt maar één keer meegeteld in de statistieken (eigen samenstelling op basis van data van Cruise Market Watch).*

om nieuwe klanten aan te trekken en om te reageren op het brede scala van klantgroepen. Daarbij heeft de cruise-industrie geïnnoveerd door de ontwikkeling van nieuwe bestemmingen, nieuwe scheepsontwerpen, nieuwe voorzieningen aan boord, faciliteiten en diensten, plus een brede waaier aan walactiviteiten.

### De Caraïben en de Middellandse Zee als belangrijkste cruise-markten

Er bestaan wereldwijd een drietal typen van routes. Het eerste type omvat regio's waar de weersomstandigheden min of meer het hele jaar cruises toelaten en waar ook het aanbod aan cruises weinig wijzigt. De Caraïben en de Middellandse Zee zijn hier voorbeelden van. Ze kennen elk hun piekseizoenen maar toch wordt er het hele jaar door gevaren. Het tweede type omvat routes die omwille van de weersomstandigheden seizoensgebonden zijn. Dit is met name het geval voor de Oostzee, Noorwegen, Alaska en New England die enkel worden bediend tijdens de zomermaanden. Omgekeerd worden Zuid-Amerikaanse en Australische routes enkel onderhouden tijdens de wintermaanden. Een laatste type betreft de cruises die te maken hebben met de herpositionering van cruiseschepen. Vanwege het seizoensgebonden karakter van de cruise-industrie is het immers nodig dat een aantal schepen tussen de seizoenen van werkgebied verandert. Cruisemaatschappijen maken steeds meer van deze gelegenheid gebruik om klanten lage kosten cruises aan te bieden. Met name over de Atlantische Oceaan



■ *Cruisehavens in Europa op basis van passagiersaantallen, jaar 2012 (eigen samenstelling op basis van data van Cruise Market Watch).*

varen cruiseschepen die geherpositioneerd worden vanuit de Caraïben met het oog op het zomerseizoen in de Middellandse Zee.

Het Caraïbisch gebied, met zijn hoogseizoen in de winter, blijft de belangrijkste cruisemarkt. Deze dominantie wordt echter langzaam uitgehold door de sterke groei in de Middellandse Zee, die een aanvulling biedt met een hoogseizoen in de zomer. Bovendien hebben zich sterke nichemarkten ontwikkeld gericht op bijvoorbeeld cultuursteden/Hanzesteden in Noord-Europa of gletsjers en andere wonderen van de natuur in Alaska. Azië heeft

de laatste jaren ook de cruisemarkt ontdekt. Her en der verrijzen nieuwe grote cruise terminals (bijvoorbeeld in Kai Tak te Hong Kong, Maria Bay Area te Singapore, enz..) en het aanbod aan intra-Aziatische cruises neemt jaar op jaar sterk toe.

Het Caraïbisch gebied, goed voor meer dan 40% van het wereldwijde jaarlijkse cruise aanbod, is een ideale cruise bestemming. Daar zijn een aantal redenen voor. Een keten van eilanden impliceert korte vaarafstanden tussen havens. Het klimaat is subtropisch met beperkte temperatuurschommelingen.





■ Cruisereederijen vullen het programma aan boord aan met excursies (iStock).

Er is een verscheidenheid aan landschappen, variërend van regenwouden tot koraalriffen en vulkanische eilanden. De regio heeft een lange geschiedenis van het Europese kolonialisme en herbergt de oudste nederzettingen in Amerika. Afrikaanse, Latijns-Amerikaanse, Engelse, Franse en Nederlandse invloeden heersen er en geven een zeer divers cultureel landschap dat vaak volledig anders is van eiland tot eiland. Hierdoor is de cruise-industrie in staat om aan haar klanten een verscheidenheid aan culturele ervaringen aan te bieden. Daarnaast biedt de nabijheid van de Verenigde Staten een grote markt van potentiële toeristen. De meeste Caraïbische cruises beginnen en eindigen in Miami/Fort Lauderdale en omvatten zeven nachten.

De Middellandse Zee is 's werelds op één na grootste cruisemarkt, goed voor meer dan 29% van de jaarlijkse cruise capaciteit. De ligging t.o.v. Europa geeft toegang tot een grote pool van mogelijke klanten. De Middellandse Zee biedt tegelijkertijd badplaatsbestemmingen en culturele steden van wereldklasse (bijvoorbeeld Venetië, Dubrovnik, Rome, Athene, etc.). Ook hier komen zevendaagse cruises met 4 tot 5 aanloophavens het meeste voor. Aangezien de afstanden tussen de havens relatief kort zijn, is er extra tijd voor excursies. Veel van de routes zijn gericht op historische plaatsen en uitzonderlijke landschappen. De meest populaire landen voor cruises in Europa zijn Italië, Spanje en Griekenland. De sterke groei van het cruisetoerisme heeft ertoe geleid dat sommige bestemmingen overrompeld worden door cruisetoeristen. Dit is vooral voelbaar in de top toeristische bestemmingen zoals Santorini in Griekenland, Venetië in Italië en Dubrovnik in Kroatië, maar ook draaischijven zoals Civitavecchia (nabij Rome) en Barcelona worden uitgedaagd door de sterke groei van de afgelopen jaren.

## De ene cruisehaven is de andere niet

Cruisehavens kunnen ingedeeld worden in categorieën, volgens de rol die ze vervullen. De meeste cruisehavens zijn zogenaamde bestemmingshavens. De rederijen lopen deze havens aan om de toeristen een excursie aan te bieden. Een aantal havens zijn eerder technische stops met weinig of geen culturele of fysieke voorzieningen, maar met bijvoorbeeld een goede toegang tot een grote luchthaven die cruisetoeristen kan aan- en afvoeren. Een derde groep combineert de draaischijffunctie met een bestemmingsfunctie. Deze groep omvat cruisehavens die niet enkel fungeren als plekken waar de meeste toeristen hun cruise aanvatten, maar de havensteden zijn op zich ook interessante toeristische bestemmingen. Eén van de beste voorbeelden is Barcelona, overigens één van de grootste cruisehavens in Europa.

Uit de kaartjes op vorige pagina's blijkt de dominantie van de Caraïben en het Middellandse Zeegebied. De grootste Europese cruisehavens zijn Civitavecchia (1,74 miljoen passagiers), Barcelona (1,47 miljoen), Venetië (1 miljoen), Southampton/Londen (0,94 miljoen), Piraeus/Athene (0,94 miljoen), Dubrovnik (0,76 miljoen), Livorno (0,71 miljoen), Katakolon (0,65 miljoen), Palma de Mallorca (0,63 miljoen), Santorini (0,55 miljoen), Mykonos (0,47 miljoen) en Kopenhagen (0,45 miljoen). Ondanks de sterke aanwezigheid van de Middellandse Zee is er ook heel wat cruiseactiviteit in Noord-Amerika en Noord-Europa. In Noord-Europa gaat het dan met name om de Britse Eilanden, Scandinavië en de kustlijn van Duitsland (Hanzesteden), de Benelux (met Amsterdam, Rotterdam en de Vlaamse cultuursteden) en het Seinebekken (gericht op toerismetopper Parijs).

## Zeebrugge, grootste Vlaamse cruisehaven

### Maar eerst Antwerpen en Oostende

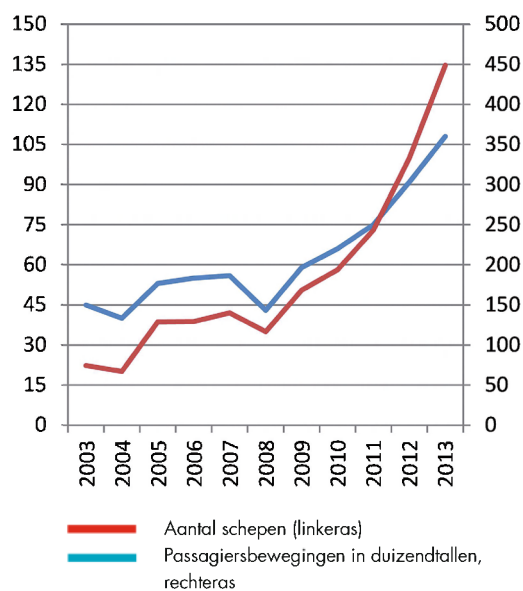
De groei in de cruisevaart heeft ook een positieve invloed op de cruiseactiviteit in de Vlaamse havens. De schaal van het cruisegebeuren blijft wel beperkt in vergelijking tot de tophavens in de Middellandse Zee. Antwerpen ontvangt elk jaar tientallen cruiseschepen die, op enkele uitzonderingen na, allen aanmeren aan de in 2003 geopende cruiseterminal aan de Scheldekaaien, op wandelafstand van de historische binnenstad. In de cruiseterminal gebeuren de check-in en de bagagebehandeling en worden alle douanediens ten vervuld. De laatste jaren neemt de cruisemarkt er een hoge vlucht. In 2010 kwamen over het ganse jaar 20 schepen met in totaal 32.000 zeecruisepassagiers naar de stad. Dat aantal passagiers was evenveel als in het vorige topjaar 2001, al waren er toen 41 aanlopen voor nodig om dat aantal te halen. De daaropvolgende jaren bleef de groei aanhouden. Vanaf de tweede helft van april 2014 tot het einde van het jaar verwacht de haven van Antwerpen nog een dertigtal aanlopen. Voor Oostende resten er dit jaar nog een 25 tal aanlopen. De haven van Oostende kent een bescheiden cruisetrafiek met de afgelopen jaren enkele duizenden cruisevarenden en jaarlijks de aanloop van 10 tot 20 vaak kleinere cruiseschepen.

De kusthaven Zeebrugge is de grootste cruisehaven in Vlaanderen. Ze ontvangt ook gemiddeld gezien de grootste cruiseschepen. Vorig jaar klokte het aantal scheepaanlopen af op 108, goed voor 448.708 passagiersbewegingen of circa zes keer meer dan de 74.535 bewegingen in 2003 (zie figuur). Eén randbemerking: ter vergelijking met de cijfers gebruikt bij de eerder afgebeelde kaartjes wordt een cruisetoerist hier twee maal geteld als die bijvoorbeeld 's ochtends aan boord gaat voor een excursie en 's avonds terug het schip betreedt.

De cruisevarenden in Zeebrugge komen uit het Verenigd Koninkrijk (49%), Duitsland (28%), de VS (10%), Canada (2%) en andere landen (11%) (MBZ gegevens 2013). De haven van Zeebrugge heeft reeds 108 aanvragen binnen van cruiseschepen die in 2014 willen aanmeren en de aanvragen lopen nog binnen. Dit jaar staan aanlopen van een hele reeks giganten op het programma waaronder de Queen Mary II (345m), Celebrity Eclipse (317m), Adventure of the Seas (311m), Celebrity Constellation (294m), MSC Poesia (294m), Queen Victoria (294m), MSC Magnifica (293m), Brilliance of the Seas (292m), Azura (290m), Arcadia (290m) en Emerald Princess (290m).

Samen met de haven van Oostende werkt het havenbestuur van Zeebrugge onder de noemer "Belgian Coast Cruise Project" sinds 2009 aan de promotie van de regio als cruisebestemming. De haven van Zeebrugge





■ *Cruiseactiviteit in de haven van Zeebrugge (eigen samenstelling op basis van gegevens MBZ - haven van Zeebrugge).*



■ *De 'Independence of the Seas' (Royal Caribbean International) (TN).*

zet vooral in op de attractiviteit van de toeristische trekpleister Brugge, maar ook op de andere Vlaamse cultuursteden en op Brussel. Daarnaast worden ook de sites van de Eerste Wereldoorlog mee in de promotie betrokken. De genomen excursies situeren zich voor 69% rond Brugge, 12% rond Gent, 10% rond Brussel, 4% rond Ieper en 5% rond andere toeristische attracties en steden. Troeven die Zeebrugge kan uitspelen ten aanzien van de rederijen zijn enerzijds de inkomsten die worden gehaald uit al deze excursies en anderzijds de diepgang waarover de haven beschikt aan de kaai wat toelaat zeer grote cruiseschepen te ontvangen. Toch zijn er ook bijzondere aandachtspunten en uitdagingen. Zo kampt toeristische topaffiche Brugge in toenemende mate met een capaciteitstekort voor de toestroom aan cruisevissagiers. Dat vertaalt zich bijvoorbeeld in volgeboekte bootjes op de reien.

In tegenstelling tot de haven van Antwerpen beschikt de haven van Zeebrugge vooralsnog niet over een cruiseterminal. Er zijn wel zeer concrete plannen om een cruiseterminal in de voorhaven uit te bouwen tegen vermoedelijk 2016. De terminal zou in één keer 1500 passagiers en hun bagage moeten kunnen behandelen en voorzien zijn van een afzonderlijke vertrek- en aankomsthal. De terminal zou verder worden uitgerust met diensten voor bagage-afhandeling, scanning, winkels, restaurants, een informatiebalie en parkings.

### Een mooie toekomst voor de cruisevaart?

Cruises worden steeds populairder in Vlaanderen en Europa. Ondanks de slechtere economische tijden groeit de cruise-industrie jaar op jaar. Sinds 2009 is het aantal Vlamingen dat een cruise boekt met bijna 70% gegroeid. De markt beweegt daarmee tegen de trend van de totale toeristische markt die eerder stagneert. Cruises worden steeds meer toegankelijk en zijn niet langer voor de happy few. Verwacht wordt dat ook in de komende jaren de cruisemarkt en het aantal bezoeken van cruiseschepen in Zeebrugge en heel wat andere havens zal stijgen. Intussen is duidelijk dat Zeebrugge haar havenspecifieke voordelen maximaal uitspeelt om haar positie in de cruisemarkt verder te versterken. Sterke relaties met de spelers in de cruisemarkt en de nabijheid van heel wat culturele troeven vormen daarbij sleutelementen.

*Dit artikel kwam tot stand met de medewerking van MBZ waarvoor onze dank.*



■ *Artist impression van de mogelijke toekomstige cruiseterminal in Zeebrugge (MBZ).*

